



Os 7 passos para criar um blog que dá resultado

Nas minhas palestras e cursos muitas pessoas me perguntam sobre como utilizar um blog para divulgar suas empresas na Internet, mas a resposta depende primeiro da definição de que tipo de blog estamos falando. Eu divido os blogs em três categorias : Pessoais, Profissionais e Empresariais. O blog pessoal é aquele em que uma pessoa escreve pelo seu prazer pessoal, porque gosta de um tema ou porque quer se expressar através dele, sem nenhuma pretensão comercial ou financeira.

Já no blog profissional uma pessoa ou um grupo cria um blog com o objetivo claro e definido de ganhar dinheiro com ele. Neste caso o blog é o negócio em si, e o objetivo principal do blogueiro é ganhar fama, notoriedade e um número crescente de visitas. Com um volume significativo de visitas o blog pode, através da publicidade, gerar receita.

Mas o blog empresarial é bem diferente dos dois anteriores. Nele uma empresa cria um blog para difundir informações sobre sua marca, seus produtos e seu negócio, com o objetivo principal de se relacionar com o mercado. Os blogs empresariais estão inseridos no que chamo de marketing de conteúdo, pois ajudam seus clientes a encontrar sua empresa e a valorizar seus produtos e serviços, através do conteúdo e das informações que sua empresa distribui livremente.

O blog empresarial dá bons resultados, mas criar e manter este tipo de blog requer planejamento e disciplina. Para ajudar as empresas nesta tarefa desenvolvi os 7 passos para o planejamento e implantação de um blog, voltado a divulgar sua empresa e produtos na Internet, e que quero agora compartilhar com você :

1. Defina quem é o seu público-alvo.
2. O que se pretende do público-alvo.
3. Como se comporta o público-alvo.
4. Como produzir este conteúdo.
5. Que plataforma utilizar.
6. Como divulgar o meu Blog.

A seguir vou falar sobre cada um destes passos, para que você possa criar um blog empresarial, que produz resultados para você e sua empresa.

Defina quem é o seu público-alvo

Antes de tudo, temos que nos perguntar quem é nosso público-alvo ? Com quem queremos falar ? Quem queremos atingir com nossa mensagem ? E mais importante, com quem queremos criar um relacionamento ? Estas questões às vezes parecem óbvias, mas na maioria dos casos são respondidas de forma muito simplista. Quando me refiro a público-alvo, penso em algo específico, como: “Os casais,

entre 25 e 55 anos, de Classe A e B, que estão indo a um restaurante na minha cidade”. Isso é uma boa definição de público-alvo.

Se você acha que seu público-alvo é muito amplo, divida em grupos menores, que possam ser específicos. Trabalhe os passos com cada um destes grupos. Se você tentar atingir todo mundo não vai alcançar ninguém, ou pior, vai atingir o público errado e desperdiçar a oportunidade.

O que você pretende com o público-alvo

Você deve definir que tipo de relacionamento quer desenvolver com o seu consumidor. Por exemplo, se você espera uma ação imediata, como uma compra ou pedido, seu blog tem que estar focado em informações que o público busca antes de decidir pela compra.

Novamente precisamos ser específicos aqui. Você deve definir o que exatamente pretende obter na comunicação com o público-alvo e qual é o resultado esperado. A questão é definir claramente se você quer criar um comportamento, reforçar uma tendência ou atrair um grupo definido para se relacionar com sua empresa.

Como se comporta o público-alvo

Aqui está uma questão que é fundamental na Internet : o comportamento do consumidor on-line. É muito importante que você saiba, e se não souber pesquise, como seu público-alvo se comporta em relação ao que você pretende.

Você tem que descobrir onde este público está, como ele navega na Internet, e o que ele gosta. Você deve fazer uma pesquisa na Internet para saber como o seu consumidor busca informação e o que procura. Enfim, você precisa entender o comportamento geral do consumidor na Internet e fazer pesquisas on-line sobre o assunto. Tudo para que você possa pensar no comportamento do seu público-alvo, descrevê-lo e assim poder definir as informações que ele procura e quando ele procura.

Que conteúdo produzir para o público-alvo

Somente após os três passos anteriores é que você poderá definir o foco do seu Blog e o conteúdo a ser produzido. Para dar um exemplo : Se o seu consumidor busca informação sobre a qualidade dos restaurantes, você pode produzir conteúdo com dicas sobre os restaurantes, pode criar conteúdo com notas e observações sobre restaurantes ou pode compilar matérias que saem na mídia sobre os restaurantes. Todos os exemplos produzem a mesma informação, mas com conteúdos diferentes. Qual escolher? A resposta depende da sua estrutura, do tipo de empresa e do quanto você pode investir no seu blog.

Lembre-se seja específico, defina os temas e os conteúdos que você pretende publicar no seu blog.

Como produzir este conteúdo

Não se engane, você tem que planejar como irá produzir o conteúdo, em que volume e em qual periodicidade irá publicar. Além disso terá que definir se você mesmo irá escrever no blog ou se vai contratar alguém para isso. É assustadora a quantidade de blogs sem movimentação e novos conteúdos, simplesmente porque quem os criou não pensou como iria produzir os textos e quanto tempo e dinheiro iriam investir nisso.

Uma possível estratégia é o aproveitamento de recursos existentes e de terceiros para disponibilizar informações e conteúdos, relevantes e úteis, para o seu público-alvo. O que não falta é conteúdo na Internet. Compilar este conteúdo, citando sempre a fonte, já cria um conteúdo útil para o consumidor, que não precisa navegar em 20 sites para ler sobre um assunto. Mas lembre-se: jamais copie um artigo de alguém sem citar explicitamente a fonte (autor e link para a publicação original).

Utilizar jornalistas, blogueiros ou escritores para gerar conteúdo original, também é uma boa idéia. Mas se você decidir escrever, primeiro tenha certeza de que escreve bem, e depois que pode reservar tempo para isso, no mínimo quatro horas semanais.

Que plataforma utilizar

Antes de sair criando um blog estude bem qual a plataforma que irá utilizar, como e onde vai instalar o blog. Minha sugestão é que você instale o Blog dentro do seu próprio site. Não use sites de blogs, como o Blogger, pois você não terá controle sobre o blog de sua própria empresa. Utilize um software de gerenciamento de blogs e instale no mesmo servidor onde você hospeda seu site. Se quiser pode criar um endereço (URL) só para o blog, ou utilizar um extensão do endereço do site.

Se não conhece nenhuma plataforma, use o WordPress (www.wordpress.org), que é a plataforma mais utilizada no mundo, além de ser gratuita.

Como divulgar o meu blog

Seu blog não será descoberto por mágica, e esperar que as ferramentas de busca façam o trabalho pode demorar muito. Acelere as coisas. Faça uma lista das ações de divulgação que pretende implementar e quais mídias que você irá utilizar para divulgação. Novamente seja específico, liste os nomes dos sites, portais, blogs, comunidades, fóruns e redes sociais onde pretende difundir a informação que seu blog existe. Entre regularmente em contato com eles.

Não fique enviando mensagens pedindo que acessem seu blog, ao contrário, participe genuinamente das redes sociais, comunidades e fóruns, e coloque como assinatura de suas mensagens : seu nome, sua empresa e o endereço do seu blog. Coloque o endereço do seu blog na assinatura do seu e-mail e dos colaboradores da empresa. Se quiser investir mais, utilize a publicidade direta para o blog, com ferramentas como os links patrocinados do Yahoo e do Google.

A Internet está aí, aproveite.

Com estes passos minha experiência mostra que você irá criar um blog que produz resultados para sua empresa. O importante é saber que este é um investimento de médio prazo. Não espere resultados em menos de três meses, e se mantenha firme no propósito de criar conteúdo e ser útil para seu público-alvo. Você verá que aos poucos você irá obter cada vez mais e melhores resultados com seu blog, e em geral eles são permanentes e estáveis. São clientes que reconhecem sua empresa e passam a se relacionar com ela com frequência. Além disso, novos clientes surgem, trazidos pelas ferramentas de busca, como Yahoo e Google, pois seu blog passa a dar visibilidade para sua empresa e seu negócio na Internet.

As grandes vantagens do blog empresarial é que ele torna sua empresa mais visível na Internet, gera relacionamento com seu consumidor, e cria um diferencial competitivo duradouro. Vá em frente, use os 7 passos, crie um blog e colha os resultados para seu negócio.

Cláudio Torres - Consultor em Marketing Digital

claudio@infobot.com.br

www.claudiotorres.com.br

A Bíblia do Marketing Digital (<http://www.claudiotorres.com.br/index.php/2009/07/24/a-biblia-do-marketing-digital/>)

Social Marketing, curso de marketing digital (<http://www.agenciabit.com.br/cursos/>)

Sobre o Autor



Cláudio Torres é graduado em Engenharia Eletrônica pelo ITA, tem Mestrado em Sistemas pela USP, e fez pós-graduação em Marketing na Suécia. Atua como consultor e palestrante em marketing digital e mídias sociais, e desenvolve campanhas publicitárias na internet para várias agências de publicidade. É Editor de vários blogs e portais, como o www.claudiotorres.com.br e o www.enochatos.com.br. É sócio de diversos projetos na internet como a www.infobot.com.br, empresa de consultoria em marketing digital, o www.postexpress.com.br, plataforma de monitoramento de mídias e redes sociais, e o www.brichos.com.br, portal de entretenimento infantil da marca Brichos.